



IDENTITÄTSSTIFTUNG

Kommunikation als Schlüssel zur erfolgreichen Mobilitätswende

Kommunalpolitik trifft Wissenschaft III

1. September 2022

Einstieg

Einstieg



Welche Assoziationen haben Sie bei diesen Farben?

Einstieg



Jungen

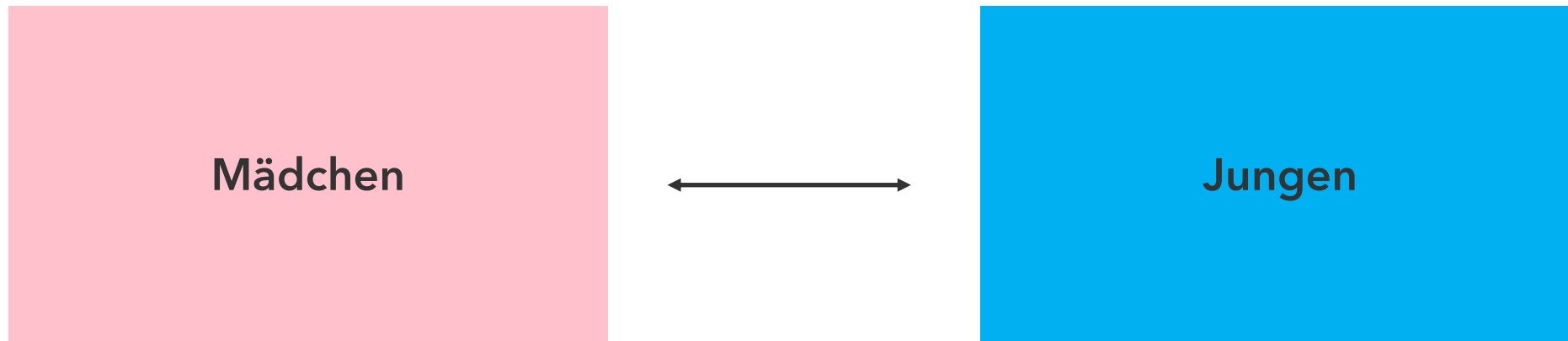


Mädchen

„Die allgemein akzeptierte Regel ist Rosa für Jungen und Blau für die Mädchen. Der Grund dafür ist, dass Rosa als eine entschlossenerere und kräftigere Farbe besser zu Jungen passt, während Blau, weil es delikater und anmutiger ist, bei Mädchen hübscher aussieht.“

Ladie's Home Journal, 1918

Einstieg



Erst in den 40er-Jahren wurden die Geschlechterfarben vertauscht.

Unsere Wahrnehmung wird von tiefliegenden, kulturell geprägten Glaubenssätzen bestimmt.

Diese Glaubenssätze basieren nicht auf naturwissenschaftlichen Tatsachen, sondern sind eine kollektive Fiktion.

Kommunikation als Schlüssel zur erfolgreichen Mobilitätswende

Aufbau

1. Wie wirkt und verändert sich Kultur?
2. Was bedeutet das für die Mobilitätswende?
3. Welche Aufgabe hat die Kommunalpolitik?

Gesellschaft & Wandel

Wie wirkt und verändert sich Kultur?

Gesellschaft & Wandel



Kaurischnellen waren über Jahrhundert eine etabliertes und beliebtes Zahlungsmittel in der Südsee, Afrika, Ost- und Südasiens.

Gesellschaft & Wandel



Heutzutage halten wir kleine, bedruckte Papierscheine für ein gutes Zahlungsmittel.

Für die Kaurischnecke wie für die Papierscheine gilt: Sie sind ein kulturelles Konstrukt.

Bildquelle: Willfried Wende, Unsplash (links); Getty Images (rechts)

**Kultur entsteht und wirkt durch geteilte
Geschichten.**

Gesellschaft & Wandel

Fünf Phasen der (moralischen) Revolutionen:

1. Ignoranz
2. Eher abstrakte Anerkennung
3. Persönlicher Bezug
4. Handeln
5. Erstaunter Rückblick mit abweichender Bewertung des früheren Zustandes

(Angelehnt an: Kwame Anthony Appiah)

Mobilität & Wandel

Was bedeutet das für die Mobilitätswende?

Eine erfolgreiche Mobilitätswende muss keine technischen Hürden überwinden, sondern gesellschaftliche Routinen und Narrative durchbrechen.

Mobilität als Motiv für Freiheit



Die Geschichte der Mobilität ...

schneller

höher

weiter

Geschichte der Mobilität



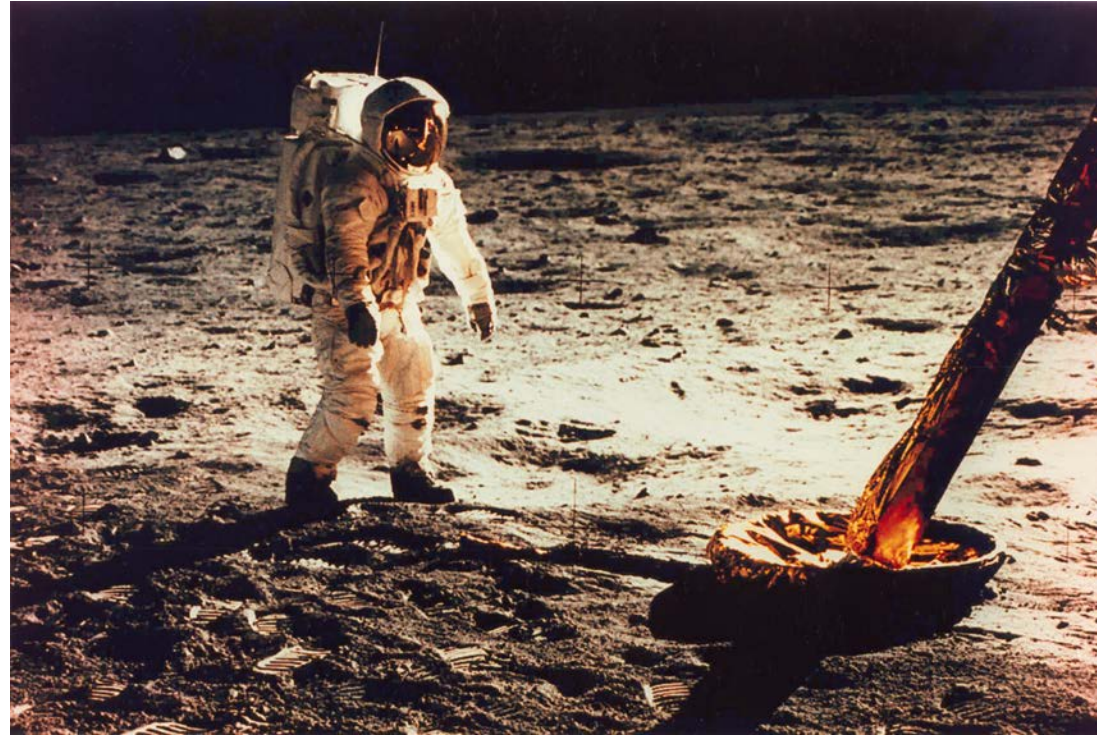
Ferdinand Magellan umsegelt den Globus.

Geschichte der Mobilität



Charles Lindbergh überfliegt den Atlantik.

Geschichte der Mobilität




Neil Armstrong betritt den Mond.

**Was wir jetzt brauchen, ist eine
Mobilitätswende.**

**Von schneller, höher, weiter zu:
lokaler,
nachhaltiger,
leiser,
inkluisiver,
flexibler,
gemeinschaftlicher Mobilität**

Mobilität & Wandel

Fünf Phasen der ... Mobilitätswende:

1. Ignoranz
 2. Eher abstrakte Anerkennung
 3. Persönlicher Bezug
 4. Handeln
 5. Erstaunter Rückblick mit abweichender Bewertung des früheren Zustandes
- 
- Wir befinden uns irgendwo hier...*

Der Widerspruch ist messbar

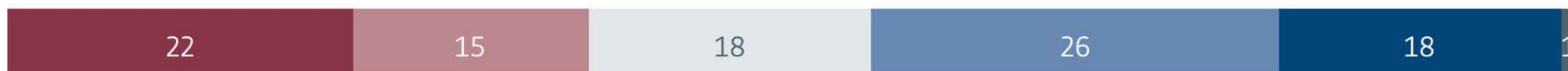
Frage nach Zustimmung zu Aussagen:

Die Verkehrswende ist eine Gemeinschaftsaufgabe, deren Gestaltung und Umsetzung nur dann gelingt, wenn jeder in der Gesellschaft, mich eingeschlossen, dazu einen Beitrag leistet.



Frage nach Ablehnung und Zustimmung zu Maßnahmen:

Verringerung der privaten Nutzung des PKWs



Grafik Auszug aus: Soziales Nachhaltigkeitsbarometer der Energie- und Verkehrswende 2021. Kernaussagen und Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse; Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK) (2021)

Der Widerspruch in typischen Aussagen

Ja klar, das geht in Kopenhagen -
aber wie soll das hier funktionieren?

Dann bricht die deutsche Wirtschaft
zusammen, wir hängen doch an der
Automobilindustrie!

Wer soll das alles bezahlen?

Wie sollen denn dann die
Pendler*innen zur Arbeit kommen?

Ein Tempolimit bringt doch kaum was
- und überhaupt: Die Freiheit!

Eine autofreie Innenstadt ruiniert
den Einzelhandel!

Ich lass mein Kind doch nicht mit dem
Bus oder Fahrrad zur Schule fahren,
das ist doch viel zu unsicher!

Kommunikation & Mobilitätswende

Welche Aufgabe hat die Kommunalpolitik?

Beispiel: „Ottensen macht Platz“ (Hamburg)



Modellversuch im Stadtteil Hamburg Ottensen
September 2019 bis Januar 2020



Bilder: Auszug aus der Evaluation Technische Universität Hamburg (TUHH) | Institut für Verkehrsplanung und Logistik, Evaluation „Ottensen macht Platz“ (2020)

Beispiel: „Ottensen macht Platz“ (Hamburg)

Typische Skepsis zu Beginn:
(2019)

VERKEHR

"Autofreies Ottensen" – Anwohner sind in Sorge

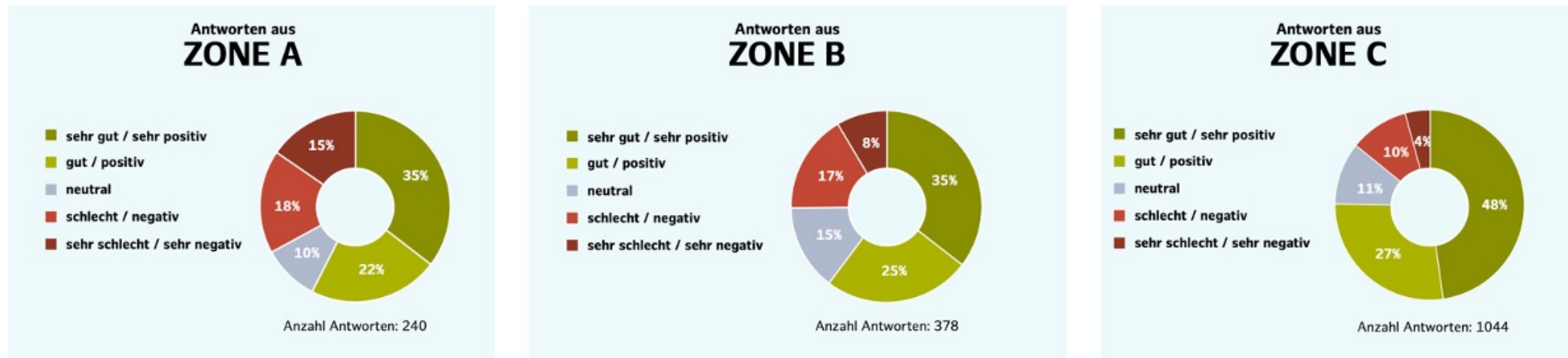
30.07.2019, 07:27 | Lesedauer: 7 Minuten

Peter Wenig

Beispiel: „Ottensen macht Platz“ (Hamburg)

Mehrheit der Anwohner*innen bewerten das Projekt als gut / sehr gut:
(Auszug Evaluation 2020)

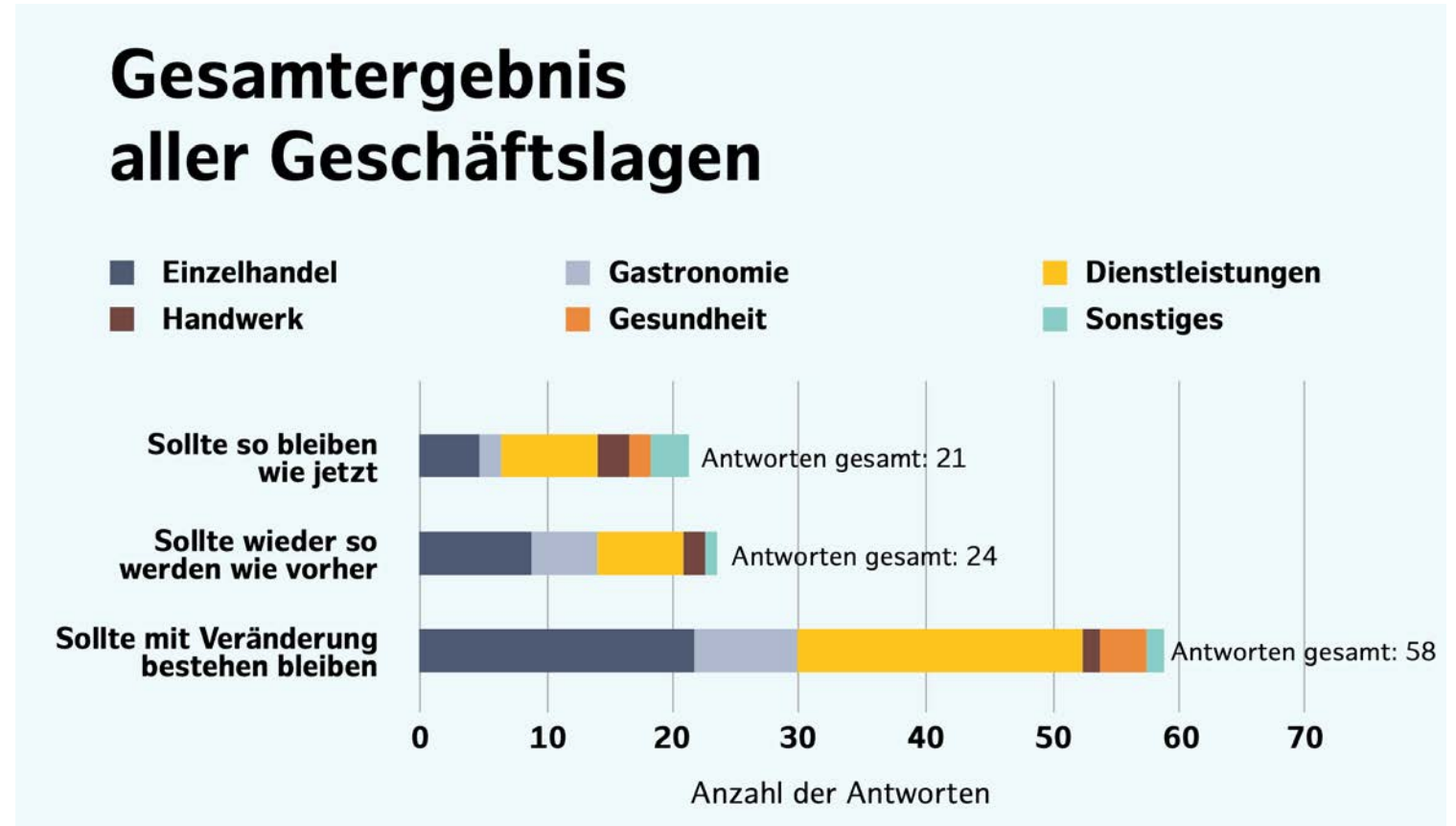
AUSWIRKUNGEN DES PROJEKTES AUF DEN STADTTTEIL



Grafik Auszug aus: Evaluation Technische Universität Hamburg (TUHH) | Institut für Verkehrsplanung und Logistik, Evaluation „Ottensen macht Platz“ (2020)

Beispiel: „Ottensen macht Platz“ (Hamburg)

Große Mehrheit (76,6%) der Gewerbetreibenden für die Fortsetzung der Veränderung:
(Auszug Evaluation 2020)



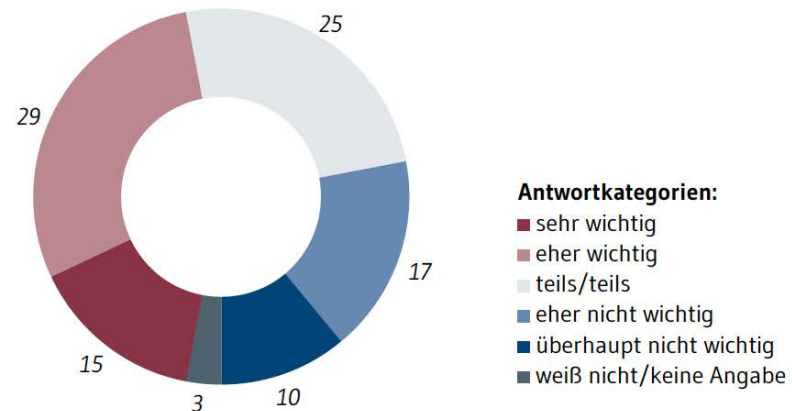
Grafik Auszug aus: Evaluation Technische Universität Hamburg (TUHH) | Institut für Verkehrsplanung und Logistik, Evaluation „Ottensen macht Platz“ (2020)

„Bei einem Change-Prozess bekommt man niemals alle Personen mit. Wenn man auf die letzte Person wartet, kommt man niemals einen Millimeter voran.“

Bezirksamtsleiterin Stefanie von Berg
Hamburger Morgenpost, 26.05.2022

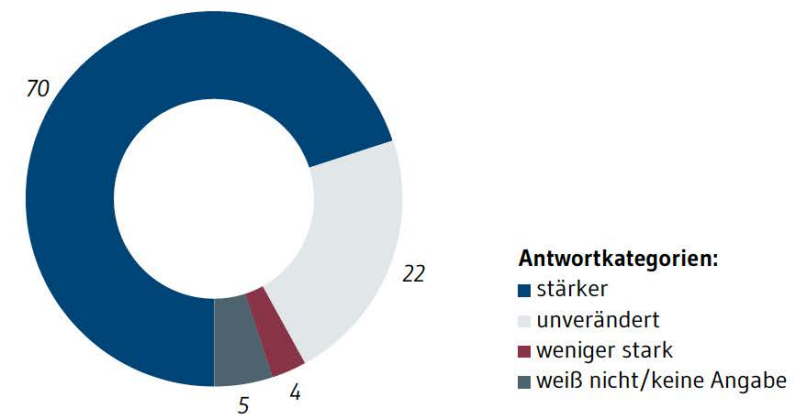
Bürgerinnen und Bürger sind bereit:

Wie wichtig ist es für Sie, dass Ihre Stadt/Gemeinde eine Vorreiterrolle in Bezug auf umweltfreundlichen Verkehr einnimmt?



Basis: 2021: n = 6.822 | Datenquelle: IASS | Angaben in Prozent |
Abweichungen von 100 Prozent rundungsbedingt

Sollten Ihrer Meinung nach die Bürgerinnen und Bürger an Entscheidungen über die Gestaltung der Verkehrswende in Ihrer Stadt/Gemeinde generell weniger stark oder stärker beteiligt werden?



Basis: 2021: n = 6.822 | Datenquelle: IASS | Angaben in Prozent |
Abweichungen von 100 Prozent rundungsbedingt

Grafiken: Soziales Nachhaltigkeitsbarometer der Energie- und Verkehrswende 2021. Kernaussagen und Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse; Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK) (2021)

Kommunikation als Schlüssel zur erfolgreichen Mobilitätswende?



Kommunikation für die Mobilitätswende

Die Mobilitätswende bedeutet für die Menschen eine Verhaltensänderung.

Die Kommunikation hat zur Aufgabe ...

... ein verändertes Verhalten erstrebenswert machen,

... die Menschen in der Veränderung zu begleiten, zu beteiligen und zu bestätigen,

... und grundsätzlich die Möglichkeiten und Chancen einer Veränderung aufzuzeigen.

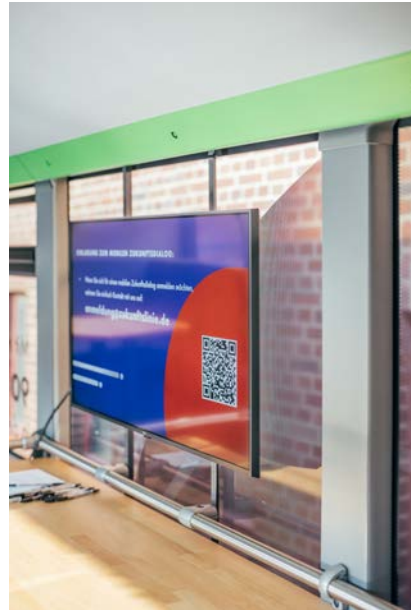
Beispiel: Paris

- Eine klare, mutige Vision:
Die 15 Minuten Stadt

(60.000 der rund 140.000 Parkplätze sollen entfallen)

Beispiel: Recklinghausen / Vestische

- Die Botschaft in die Region tragen:
Ein Bus als Workshopfläche



Beispiel: Bad Honnef

- Kleine, kreative Aktionen für Aufmerksamkeit:
Kommunikation statt Strafzettel



A photograph of a group of men in a workshop or meeting. One man in the center is speaking into a microphone and gesturing with his hand. The image has a warm, orange-toned overlay. The text 'Was ist die Aufgabe der Kommunalpolitik?' is overlaid in white.

Was ist die Aufgabe der Kommunalpolitik?

Aufgabe der Kommunalpolitik

Den Rahmen vorgeben

**→ Kommunikation braucht ein
Zielbild**

Die Kommunalverwaltungen brauchen Zielvorgaben und einen klaren Auftrag, um zielgerichtet ins Handeln zu kommen.

Aufgabe der Kommunalpolitik

Die Ressourcen bereitstellen
→ Kommunikation kostet Geld

Für die Konzeption und Umsetzung einer Kommunikationsstrategie für Mobilitätswendeprojekte sind Kommunalverwaltungen in der Regel auf externe Partner*innen angewiesen.

Aufgabe der Kommunalpolitik

Den langen Atem bewahren

→ Kommunikation braucht

Mut

Die Mobilitätswende ist als parteiübergreifende, langfristige Aufgabe zu verstehen, bei der Widerstände auszuhalten sind.

Danke für die Aufmerksamkeit!

Quellen

Quellen

- Die Große Transformation: Eine Einführung in die Kunst gesellschaftlichen Wandels; Uwe Schneidewind (2018)
- Eine Frage der Ehre: oder Wie es zu moralischen Revolutionen kommt; Kwame Anthony Appiah, Michael Bischoff (2011)
- Soziales Nachhaltigkeitsbarometer der Energie- und Verkehrswende 2021. Kernaussagen und Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse; Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK) (2021)
- Neue Wege in die Verkehrswende. Impulse für Kommunikationskampagnen zum Behaviour Change; Agora Verkehrswende (2019)
- Sichten von Bürgerinnen und Bürgern auf vier Zukunftspfade der Verkehrswende. Ergebnisse der Ariadne-Bürgerkonferenz; m-Institut für Klimafolgenforschung (PIK) (2022)
- Technische Universität Hamburg (TUHH) | Institut für Verkehrsplanung und Logistik, Evaluation „Ottensen macht Platz“ (2020)

Gedacht und umgesetzt von

Identitätsstiftung GmbH

Identität. Inszenierung. Innovation.

Sophienstraße 6
30159 Hannover

0511 - 16 58 10 37 0

info@identitaetsstiftung.de
identitaetsstiftung.de

Vertreten durch

Björn Vofrei

Geschäftsführer, Kommunikationsdesigner
und Identitätstifter
vofrei@identitaetsstiftung.de

Lutz Woellert

Geschäftsführer, Kulturwissenschaftler und
Spielmacher
woellert@identitaetsstiftung.de

Rechtlicher Hinweis

Die präsentierten Ideen, Gestaltungsprinzipien und Layouts unterliegen dem Urheberrecht. Das Überlassen von Dokumenten dient lediglich der Projektdokumentation und Visualisierung des Prozesses. Die Verwendung auch von Teilen der Präsentation ohne Zustimmung stellt eine Urheberrechtsverletzung dar. Sämtliche Rechte liegen bei der Identitätsstiftung GmbH.